

FutuREuse

Hergebruik in de mode

Hoe hergebruikte materialen hun weg hebben gevonden naar haute-couture boetieks



Salvo voor

Interreg 
North-West Europe

FCRBE
European Regional Development Fund

HERGEBRUIK IN DE CIRCULAIRE ECONOMIE

In de Europese Unie en in de rest van de wereld is de productie van bouwmaterialen in grote mate mee verantwoordelijk voor de klimaatverandering, de ineenstorting van ecosystemen, de overconsumptie van natuurlijke grondstoffen en de productie van afval. Hergebruik is hiertegen een efficiënte en zinvolle strategie.

Maar ondanks dit potentieel wordt de hergebruiksector grotendeels over het hoofd gezien, vooral in de context van formele bouwprojecten. Meer aandacht voor deze praktijk binnen de instrumenten die op grote schaal door de bouwsector worden gebruikt zou van grote invloed kunnen zijn op de bevordering, ondersteuning en ontwikkeling van hergebruik.

HET FCRBE-PROJECT

FCRBE is de afkorting van *Facilitating the Circulation of Reclaimed Building Elements* en heeft als doel de hoeveelheid gerecupereerde bouwmaterialen die in omloop worden gebracht tegen 2032 met 50% te verhogen voor het projectgebied. Bij het project zijn 7 partners betrokken: Rotor (BE) als projectleider, Bellastock (FR), Leefmilieu Brussel (BE), de Universiteit van Brighton (UK), Salvo (UK), de Confederatie Bouw (BE), het Wetenschappelijk en Technisch Centrum voor het Bouwbedrijf (BE) en het Centre Scientifique et Technique du Bâtiment (FR)

Voor meer informatie over FCRBE: <http://www.nweurope.eu/fcrbe>

FUTUREUSE: 7 KORTE INLEIDINGEN IN DE WERELD VAN HERGEBRUIK

Dit is één van de zeven korte publicaties die een antwoord bieden op enkele van de courante vragen omtrent hergebruik. De onderwerpen hebben betrekking op kwesties voor, tijdens en na een hergebruikoperatie, en worden geïllustreerd met vele inspirerende voorbeelden. De publicaties beschrijven ook de milieuvoordelen van de praktijk, verduidelijken enkele grijze zones, belichten positieve en constructieve manieren van aanpak en ze schetsen een toekomst waarin hergebruik de norm is.

DISCLAIMER

Dit document geeft enkel de visie van de auteurs weer. Het dient niet ter vervanging van persoonlijk juridisch of technisch advies. De auteurs en de financierende instanties van het FCRBE-project zijn niet aansprakelijk voor het eventuele gebruik van de hier opgenomen informatie.

INHOUD

Samenvatting	4
Inleiding	4
Hergebruikhandelaars: Geschiedenis en verhalen	5
Maak een nieuwe wereld met hergebruik – Thornton Kay	5
Het A-woord – Adrian Amos	8
Buiten met nieuw, welkom oud! – Andy Thornton	9
De 'Recup look'	11
Authentiek hergebruik	11
Van hip naar functioneel en omgekeerd	12
Een onderzoek naar hergebruik en storytelling in retail	13
Gerecupereerde Luxe – Gabriela Hearst, eerste internationale flagship store, Londen	14
Duurzaam toevluchtsoord – Stella McCartney, internationale Flagshipstore in de Londense Old Bond Street	16
Wie zegt dat winkelen slecht voor je is?	16
Hergebruiken en heruitvinden – Coal Drops Yard, Kings Cross London	18
Nieuwe bestemmingen voor afdankers – Boutique by Shelter, vlaggenschipwinkel in Coal Drops Yard, Kings Cross London	20
Solidarité Feminine – Bella Freud, Chiltern Street, Londen	22
Conclusie	24
Referenties	25

Samenvatting

Recuperatie en hergebruik, tot 1950 een fundamenteel onderdeel van de menselijke beschaving, zijn sindsdien meer een kwestie van keuze dan van noodzaak geworden. Een wereld van trends en rages heeft geleid tot een toenemend gebruik van nieuw vervaardigde materialen. In de jaren zeventig van de vorige eeuw begonnen vroege pioniers met de ontwikkeling van een markt voor teruggewonnen materialen en hergebruik voor consumenten die hier bewust voor kozen. De term 'tweedehands' maakte langzaam plaats voor 'terugwinning', en de interesse van ontwerpers en doe-het-zelvers nam toe.

Behalve de trend van gerecupereerde materialen in interieurs, heeft het toenemende milieubewustzijn de kracht om hergebruik verder te doen uitgroeien tot een levensstijl die nooit uit de mode zal raken. Materialen worden overal ter wereld teruggewonnen, maar er kan nog meer gedaan worden dan we vandaag de dag doen. Vandaag worden slechts minimale hoeveelheden materiaal gerecupereerd in zowel de textiel- als bouwindustrie; er is dus nog veel marge voor vooruitgang. [1]

Door middel van voorbeelden en interviews met handelaars, architecten en ontwerpers die in de retailsector teruggewonnen materialen hebben ingezet, willen we inspireren en informeren over deze circulaire toepassingen voor een toekomst waarin gebruik en hergebruik samengaan.

Inleiding

Hergebruik past niet in de huidige 'psychologie van de overvloed' [2] waarin een mentaliteit van 'hoe nieuwer hoe beter' overheerst. De modewereld richt haar blik op de toekomst, een volgende nieuwe trend, die tegelijk gebaseerd is op vertrouwde elementen en voorgaande trends. Reeds in de antieke oudheid werd actief nagedacht over het herverwerken en hergebruiken van bestaande vormen en materialen. *Over architectuur* van Vitruvius, [3] een Romeinse architect en schrijver die tot op vandaag gelezen wordt, adviseerde toen al om materialen van oude gebouwen die de tand des tijds hebben doorstaan, te hergebruiken. Sommige Romeinse structuren staan nog steeds overeind en zijn getuigen van deze praktijk, maar in een hedendaagse consumptiecultuur is de levensduur van objecten niet langer een zorg.

De ecologische voetafdruk van de bouw- en retailsector is enorm. Een holistische benadering van een energetische (interieur)renovatie dient daarom ook de frequentie waarmee ruimtes worden heringericht in rekening te brengen. De retailsector is een van de sectoren waarin inrichtingen het vaakst worden vernieuwd, meestal om de twee tot tien jaar. [4]

Het gebruik van duurzame materialen en afwerkingen met herbruikbaarheid als uitgangspunt zou de impact van de mode-industrie op het milieu kunnen verminderen. Net als veel winkelruimtes is snel geproduceerde mode niet gemaakt om lang mee te gaan, hoewel verandering op komst lijkt. Volgens een onderzoek uitgevoerd door McKinsey verwacht 15 procent van de Europese en Amerikaanse consumenten meer ecologisch en sociaal duurzame kleding te kopen [5]. Kledingwinkels zouden dit principe zeker kunnen onderschrijven.

We willen hergebruik gaan herpositioneren, het als het ware een nieuwe snit geven. Terugwinning was altijd al populair door de verbondenheid met de geschiedenis, maar wordt steeds aantrekkelijker dankzij de ecologische voordelen die hergebruik essentieel maken voor de toekomst.

Hergebruikhandelaars: Geschiedenis en verhalen

We situeren de handel in architecturaal antiek die vandaag als zodanig wordt erkend, in een verhaal dat teruggaat tot de vroege beschavingen die oude spullen hergebruikten of herwerkten en zo heel weinig verspilden. Vanaf de jaren 1900 boden Britse bouwmarkten hoogwaardig en architecturaal antiek aan, maar pas vanaf de jaren zeventig werden echte voorraden van deze objecten aangelegd. Na de Tweede Wereldoorlog was er in de Europese steden heel wat onrust en een dringende behoefte aan heropbouw. Het ernstige woningtekort leidde tot goedkope gebouwen die snel geproduceerd konden worden. Dit herstel ging gepaard met het opruimen van sloppenwijken en massale afbraakwerken. Enorme hoeveelheden architectonische objecten en onvervangbaar timmer- en schrijnwerk werden gestort of verbrand. Bij sloopwerken in de jaren zestig en zeventig ging ongeveer 24 miljoen ton aan unieke houtconstructies verloren. [6] Die verspilling werd in de jaren negentig gehalveerd dankzij de groei van de hergebruikhandel.

Sommigen die getuige waren van die verspilling, vonden het hun plicht om materialen te redden. Deze eerste hergebruikhandelaars zijn de grondleggers van de sector zoals we die vandaag kennen.

Maak een nieuwe wereld met hergebruik Thornton Kay

Thornton Kay (UK) was één van de eersten die de ecologische voordelen van hergebruik aankaarte. Op 23-jarige leeftijd was hij een van de medeoprichters van de architectuur- en bouwcoöperatie Comtek en organiseerde hij een internationale beurs voor groen bouwen en 'holistisch wonen'. Objecten gerecupereerd



Thornton Kay, 1974 Beeld: Glyn Davies

Walcot Yard
Beeld: Glyn Davies

uit hun werven, hun projecten en de vakmensen inspireerden nieuwsgierige klanten, en een handel in architecturaal antiek kwam tot stand. Thornton richtte in 1976 samen met Rick Knapp Walcot Reclamation op, dat een bestemming werd voor allerlei objecten, van verfijnde architectonische antiek tot gerecupereerde bouwmaterialen. Thornton noemde zijn bedrijf een 'reclamation yard', een voorheen onbekende term met een dubbele betekenis:

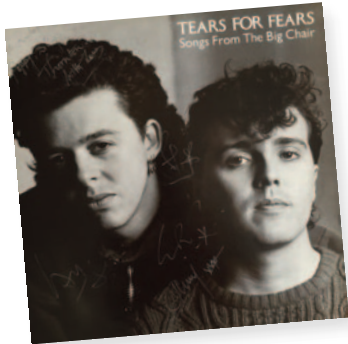
“het was een plaats waar we oude bouwmaterialen verzamelden, gelegen in een verpauperde buurt van Bath waarin we nieuw leven wilden blazen. Een 'yard' staat sinds de Georgiëanse tijd bekend als een binnenplaats met ateliers en ambachten, net als Walcot Yard. Tot dan toe werd de term 'reclamation' enkel gebruikt door bedrijven die materialen zoals oud papier recycleerden.”



Comtek 1974 omvatte architectuur, recycling en alternatieve technologie



Thornton was ook partner in een schrijnwerkerij die een keuken maakte voor schoenontwerper Manolo Blahnik, en partner in een gelauwerde bouwonderneming die met gerecupereerde materialen een opnamestudio maakte voor de eightiesband Tears for Fears.



Thorntons gesigeneerde Tears for Fears albumcover

Thornton Kay en team tijdens een theepauze
Beeld: Glyn Davies



"In de begindagen van Walcot Rec zorgde een artikel in The Telegraph voor zakken vol post. Mensen wilden weten wat we deden. Ze hadden er nog nooit van gehoord en het waren voornamelijk vrouwen die ons aanschreven. Ze hielden van het verhaal, de duurzaamheid en het vakmanschap." Er ontstonden steeds meer hergebruikhandelaars en hergebruik werd een trend. Tegen het eind van de jaren tachtig leverde Walcot grote hoeveelheden architecturaal antiek en vloerbekleding aan zowel modewinkels als de horeca. Als negenjarige was Thornton geschokt door de afbraak van een oud concertgebouw, het Chiswick Empire. Zijn vader, grootvader en grootmoeder – allemaal rondreizende decorbouwers – hadden er gewerkt. Thornton beschrijft hoe hij als kind speelde met bakstenen op gebombardeerde plaatsen in Londen en

hoe er bij bepaalde ruïnes nog behangpapier of open haarden resterende muren bleven hangen: "Er stonden zelfs nog, heel symbolisch, kleine ornamenten op de schoorsteenmantel."

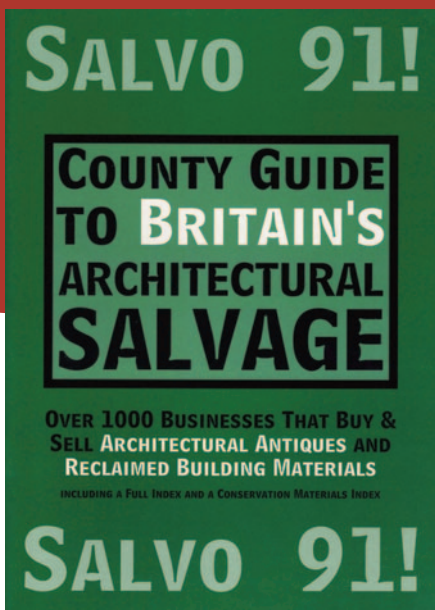


East End in Londen tijdens de Blitzkrieg
Beeld: Sue Wallace op de Engelse Wikipedia

Weinig mensen zijn zo gepassioneerd door baksteen als Thornton. Maar het feit dat in het VK elk jaar 2 miljard bakstenen worden geproduceerd, terwijl er evenveel worden vernietigd, zou voor meer mensen een aanleiding kunnen zijn om te ijveren voor hergebruik.. De productie van 3 bakstenen verbruikt de energie equivalent aan 1 liter brandstof, en hoewel veel bakstenen werden gerecycleerd, werden er amper hergebruikt. Bij het woord 'upcycling' denkt men al snel aan opgeknapt en geverfde meubels, maar het werd oorspronkelijk bedacht door Thornton en Reiner Pilz, een Duitse handelaar in gerecupereerde objecten, die wanhopig werden bij het zien van de hoeveelheden afval die in de jaren '90 door sloopactiviteiten geproduceerd werden onder het mom van recycling. "Ik noem dit downcycling. Ze breken bakstenen, ze slaan alles kapot. Wat we nodig hebben is upcycling, die oude producten meer waarde geeft, niet minder."



Salvo Code lid London Reclaimed Brick Merchants Buckinghamshire yard



Salvo 91!

Salvo heeft geprobeerd om de belangen van de hergebruikmarkt te behartigen en diende bij de overheid een petitie in over de milieuvoordelen die dit type handel kon bieden bij het verminderen van bouwafval. "Ik schreef jaarlijks naar de premier, te beginnen bij Margaret Thatcher, en stelde telkens dezelfde vraag. Is het terugwinnen van bakstenen voor hergebruik een goed idee?" Zonder de nodige data om de vraag van Thornton te kunnen beantwoorden, liet de Britse regering de Salvo BigREc Survey uitvoeren, onder toezicht van de BRE (Building Research Establishment). De resultaten hielpen om het beleid te sturen.

De ecologische motivatie van de retailsector voor hergebruik begon intussen te wankelen. Sommige bedrijven weigerden de recuperatie van hun eigen gerecupereerde interieurs om hun merk te beschermen. Thornton herinnert zich een milieubewuste retailer die gerecupereerd hout gebruikte, maar weigerde dat hetzelfde hout bij een volgend project gebruikt zou worden omdat een concurrent het hout zou kunnen gebruiken om zijn merk te kopiëren. Een gelijkaardig scenario vond plaats toen kledingmerk Burberry de voorpagina's haalde toen het een overvloedige voorraad vernietigde zodat die niet gestolen of goedkoop verkocht zou kunnen worden. Burberry was uiteraard niet het enige bedrijf dat zulke praktijken hanteerde, en zwoer deze later officieel af [7]. Dit soort vernietiging van voorraad en winkelinrichting vindt overal in de modewereld plaats, ondanks de gevolgen voor het milieu.



Salvo Code lid, LASSCO Three Pigeons showroom

Wereldwijde modemerken focussen op consistentie en kiezen voor homogene interieurs, en kopen en verwerken hun materialen globaal en centraal. Dat beperkt de mogelijkheden voor het inzetten van gerecupereerde materialen. Authentieke materialen met karakter zullen echter een belangrijke rol spelen in het heropleven van de winkelstraten na de coronacrisis. Terwijl ons gesprek ten einde loopt, adviseert Thornton nog om "het onverwachte te omarmen en te gebruiken als ontwerpmogelijkheid."

Het A-woord

Adrian Amos

"Het gaat allemaal om het A-woord: authenticiteit" zegt Adrian Amos, die in 1979 in Londen LASSCO oprichtte, om de brug te slaan tussen sloop en het architectuurontwerp. In de loop der jaren heeft LASSCO aan verschillende modeketens geleverd. Hun showroom bestaat uit verschillende verdiepen die kunnen afgehuurd worden, bijvoorbeeld als decor voor modereportages.

In een interview met Sunday Times Magazine over de opkomende hergebruikhandel in de jaren tachtig, zei Adrian: "In onze business hoeven we ons nooit zorgen te maken over de kleur of stijl van het jaar. We handelen in historische waarheid." [8]

LASSCO vindt zijn oorsprong in zeven generaties van meubelmakers houthandelaars. Adrian vond een markt voor architecturaal schrijnwerk, bouwelementen die voorheen snel werden vernietigd of op het stort belandden. En al snel stond hij "mahoniehouten deuren uit een container te halen aan de ene kant van de straat, om ze te verkopen aan de andere kant". Hij begon te leveren aan trendy boetieks op King's Road, zoals *Granny Takes a Trip*. King's Road, Chelsea, werd gebouwd voor Koning Karel II als private weg van St James's Palace naar Fulham. Het werd later het toneel voor grote namen in de muziek, waaronder Mick Jagger, en voor nieuwe trends in de modewereld, zoals de minirok.

"Het is moeilijk om te bepalen wat eerst is en wat volgt, de look of de beschikbaarheid van decoratieve materialen" zegt Adrian. Maar LASSCO bepaalt zelf mee de trends met showrooms waar ontwerpers ideeën kunnen opdoen en recupereert interieurs uit iconische winkels op Savile Row en Jermyn Street. Adrian herinnert zich hoe de interieurs van uiteenlopende modieuze plaatsen zoals hoedenwinkels, kappers of horeca werden vermengd, uitgeleend en gerecupereerd.

In dit tijdperk van delen zijn zowel de mode- als bouwsector op zoek naar circulaire modellen. Of materialen nu eigendom of geleend zijn, we dienen eigenlijk elk gebruik te beschouwen als een voorlopig gebruik. Het huren van kleding en het beschouwen van gebouwen als materiaalbanken zijn hier concrete gevolgen van. Van het hemd dat we dragen tot de stenen in onze gebouwen en bij uitbreiding de hele planeet; eigenlijk krijgen we alles slechts in bruikleen. Dit is hoe Adrian al in de jaren tachtig naar de dingen keek:

“ *"Mensen klagen over de kleur van een open haard of iets dergelijks, en ik moet hun uitleggen dat hun passage op deze aarde echt niet van belang is, en dat ze door de open haard te kopen enkel de zorg krijgen over een object dat hen waarschijnlijk zal overleven. En dat die haard nu eenmaal die kleur heeft."* [8]



Adrian Amos

Beeld: Tim Kent



LASSCO
Brunswick House

Buiten met nieuw, welkom oud!

Andy Thornton

Zijn gelijknamige bedrijf Andy Thornton Ltd, leverancier van meubilair en architecturale decoratie aan de horeca en de retailsector, gaat terug tot de rugzakreis die Andy in 1972 maakte met zijn toenmalige vriendin en huidige vrouw Kate.

De reis van het koppel begon in de VS, waar ze gingen werken voor John Wilson, eigenaar van de Golden Movement Emporium; een winkel van architectonisch antiek in LA. Het klinkt als een Californische droom in de 'Golden State', maar de naam is prozaïsch ontstaan nadat John duizend toiletten uit de jaren veertig had gekocht. Hij concentreerde zich op veilingen en leverde gerecupereerde objecten aan cafés, restaurants en de retailsector. Tussen het backpacken door haalde hij Andy en Kate terug voor de organisatie van grote openbare verkopen.

In 1974 keerden Andy en Kate terug naar Engeland en begonnen ze met het kopen van sloopafval in de voormalige grote textielsteden om te exporteren naar de VS, terwijl ze nog steeds veilingen organiseerden. Andy

legt uit: "In dit land was er was toen geen markt voor, omdat de mensen simpelweg niet geïnteresseerd waren. De grootste moeilijkheid was om aan het afval te geraken voordat de mannen van de sloop het in brand hadden gestoken of vernietigd."

De laatste veiling, die samenviel met de recessie van 1980 in Amerika, was geen succes, maar gelukkig begon in het Verenigd Koninkrijk de interesse voor gerecupereerde materialen te groeien.

“ *"Ondertussen had ik een team van 20 schrijnwerkers die interieurs ontmantelden om deze vervolgens om te bouwen tot meer verkoopbare artikelen, dus we moesten verdomd snel een nieuwe markt vinden. Op het laatste moment huurden we een stand op een interieurbeurs in Londen en we kwamen erachter dat er toch interesse voor bestond in dit land, omdat brouwerijen wilden afstappen van al die formica uit de jaren zestig."*

Hun focus: boeiende interieurs en functionaliteit voor de horeca en de retailsector, op basis van gerecupereerd materiaal. "De bekende weg zou zijn om te vertrekken van wat de markt wil, maar vaak weet de markt niet wat het wil tot het ziet wat er voorhanden is. In vele opzichten creëren de mensen die ontwerpen en nieuwe dingen introduceren zelf de markt."

Een tijdsgeest kenmerkt zich door materiaalkeuzes. Vloeren van gerecupereerd hout waren overal te vinden in de modewinkels in de jaren tachtig en de houtsoort weerspiegelde de smaak van de tijd: parket in esdoorn ging hand in hand met minimalisme in de mode. Ondanks de vooroordelen lenen teruggewonnen materialen zich tot veel stijlen. Andy herinnert zich een televisie-interview:

“ *"Ze wilden een verhaal over mensen die gerecupereerde objecten kochten in het verleden leefden en dat ze niet mee waren met hun tijd, maar ik wilde ze dat verhaal niet geven... We werkten dan wel met ouderwetse producten, maar we waren geen ouderwets bedrijf."*



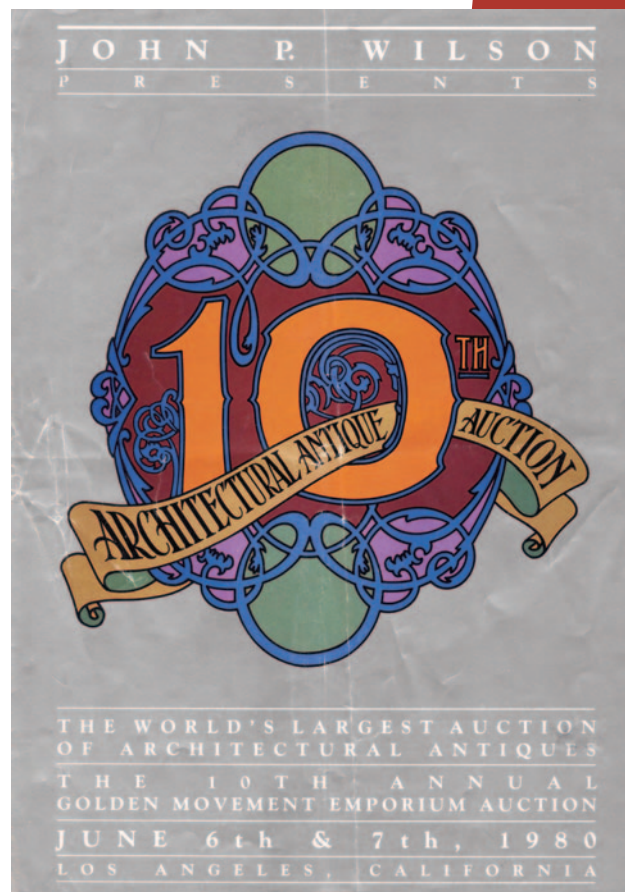
Andy Thornton, 1975



Recuperatie van een Schotse apotheek, 1977

Het grootste deel van hun werk richtte zich op de horeca, maar projecten voor de retailsector, zoals voor het luxewarenhuis Harrods en het dennenhouten interieur van een Weense winkel dat een nieuwe bestemming vond in een andere winkel, springen eruit voor Andy. Net als andere voortrekkers in de hergebruikhandel van de jaren zeventig werd het echtpaar gedreven door zijn afkeer van afval en liefde voor zeldzame gerecupereerde voorwerpen. Andy en Kate kochten een boerderij en woonden tijdens de renovatie ervan in een caravan. "Het eerste wat we kochten was een grote gietijzeren fontein die we in de tuin hadden gezet. De burens begrepen dat niet. Daar zaten we dan in een caravan. Ook al zijn we ondertussen verhuisd, ik heb nog steeds die fontein uit 1895 uit Glasgow."

Gids van de 10^e jaarlijkse veiling van de Golden Movement Emporium



De 'Recup look'

Hergebruik in design is nog eerder een ethische dan een esthetische kwestie. Niettemin groeide rond de financiële crisis van 2008 de waardering voor een industriële en 'recup' look, gekenmerkt door het gebruik van zichtbare bakstenen, gestripte muren en vloeren en een samenraapsel van vintage meubilair dat individualisme uitstraalt en tegelijk een authentieke en ontspannen sfeer creëert. Een herkenbare 'crisisstijl', door Time Magazine destijds benoemd als 'schuurdesign' ('tool shed design'). Het toont aan hoe reactief interieurtrends zijn. Bovendien maakten bedrijven van deze stijl gebruik om te benadrukken dat ze klanten waar geven voor hun geld in plaats van geld te verspillen aan dure interieurs..

Trends in mode komen en gaan; steeds op zoek naar iets anders en iets nieuws. Louise en Sam Coster van Mongers Architectural Salvage wijzen erop dat "hergebruik zelf nooit uit de mode is geweest. Van de Romeinen tot Voysey, de architecten van onze bebouwde omgeving hebben altijd al hergebruikt wat voorhanden was. Het zijn alleen individuele voorwerpen die tijdelijk en weer uit de mode raken."

Wanneer hergebruik het onderwerp wordt van een nieuwe trend, reageert de markt hierop. Wanneer de vraag het aanbod overtreft, ontstaat er een markt voor 'nep' gerecupereerde materialen.

In de modesector, waar het gebruik van gerecupereerde materialen populair werd in de jaren zeventig, werd de 'recup' look gecreëerd aan de hand van materialen die gerecupereerde materialen nabootsen. Dit was een goedkope manier om ecologisch imago aan te meten, maar er stond een hoge milieukost tegenover: de productiekost van het nieuwe product én de extra kost om het gebruikt te doen lijken. Naast het misleidende schijnbare milieubewustzijn bestaat het gevaar dat, zonder een sterke en gevarieerde hergebruikhandel, hoogwaardige materialen alsnog op de afvalberg belanden of in minderwaardige hergebruikkanalen belanden.

Boomhut van "6a architecten" met teruggewonnen jarrah bekleding van Salvo Code-lid, Ashwells Reclaimed Timber

Beeld: Johan Dehlin

Authentiek hergebruik

Het interieur van een modewinkel moet functioneel zijn en tegelijk een verhaal vertellen. Authentieke hergebruikmaterialen met een unieke herkomst communiceren duurzaamheid en erfgoedwaarde en kunnen bijdragen aan het imago van een merk.

Rebekah Matheny van de Ohio State University koppelde de zintuiglijke perceptie van materialen in de retailsector aan onderzoek dat duurzaam ontwerpen wil stimuleren. Over gerecupereerd hout schrijft Rebekah:

“*het gebruik van gerecupereerde houtproducten creëert niet alleen een lokale verbinding die van duurzaamheid getuigt, maar lokt ook een emotionele reactie uit die de klant op zijn gemak stelt. Teruggewonnen hout is niet kunstmatig, het is echt, eerlijk en oprecht, en dat verbindt ons met onze klanten op een menselijk niveau. Bewust of onbewust, de gebruikte interieurproducten maken het merk menselijk en creëren een verbinding tussen klant, merk en de natuurlijke omgeving*” [10]



Het gemak van online winkelen heeft fysiek shoppen omgevormd tot een vrijetijdsbesteding in plaats van een noodzakelijke onderneming om iets te kopen. Kledingwinkels moeten harder inzetten op de winkelbeleving om klanten te doen kiezen voor een fysieke shoppingbeleving, en vooral tactiele ruimtes creëren waar mensen graag zijn. Ivan Speight, een Londense ontwerper en pionier van de hergebruikhandel, beschrijft de 'menselijkheid' van teruggewonnen materialen in de interieurs die hij creëert. "Een van de belangrijkste dingen voor mij in elk interieur is dat mensen het willen aanraken en ik denk dat de tactiele kwaliteit van teruggewonnen materialen erg verleidelijk is voor veel mensen." Ivan garandeert dat zijn ontwerpen voor commerciële interieurs de omzet kunnen verhogen: "Elke klant kreeg via mij een eigen visuele identiteit, zodat ze door hun fysieke aanwezigheid het publiek weten te verleiden."

Tijdens een TEDx-gesprek in 2016 met de titel *Creating Meaningful Memories Through Sensory Experiences* [11] schetst Rebekka Matheny het belang van ruimtes die ontworpen zijn om klanten aan te spreken. Ze stelt dat het belangrijk is in het ontwerp van een ruimte klanten te verbinden met een plaats en doel door middel van materialen. Dat maakt van winkelen niet alleen een memorabelere ervaring, maar stimuleert ook het fenomeen *slow fashion*. [12] Het is duidelijk dat we meer in harmonie zijn met onszelf als we ons in een winkelruimte verbonden voelen met een plaats en elkaar. We voelen ons dan vrijer om bewuste beslissingen te nemen. We weten waarom we daar zijn en kunnen uitmaken of we iets willen of moeten kopen. Bij fysiek winkelen gaat het niet enkel om de producten, maar ook om het ervaren van een merk.



Speelse weergave van de vroege 20^e eeuwse atelier-lades van Metroretro

Van hip naar functioneel en omgekeerd

De Engelse handelaar, ontwerper en maker Saxon Durrant van Metroretro, beschrijft de motivatie van zijn klanten uit de modewereld "als 'retailtheater' – waar de klant in een gelaagde, meeslepende omgeving winkelt." Saxon maakt functionele stukken die het uiterlijk en karakter van de originele gerecupereerde objecten behouden, voor klanten die gaan van warenhuizen zoals Selfridges en Liberty tot wereldberoemde merken zoals Ralph Lauren en Levi's.

Vanuit de ambitie om een nieuwe bestemming te geven aan kwaliteitsobjecten, leveren Sam en Louise Coster van Mongers Architectural Salvage wastafels voor luxueuze reclamecampagnes of als onderdeel van het interieur, zoals in de cosmetica-afdeling van het warenhuis Liberty. "Neem eens een kijkje achter de schermen en je zal zien dat veel winkels, restaurants en cafés overal te lande publieke toiletten hebben die door ons geleverd werden", voegen de Costers toe, en functioneler dan dat wordt het niet. Vanuit het oude gezegde dat toiletten veel vertellen over de plaats waar ze staan, is dat een slimme manier om met klanten te communiceren.

Sanitair in de showrooms van Salvo Code lid, Mongers Architectural Salvage



De vraag naar objecten met zichtbare sporen van gebruik en ouderdom betekent dat gerecupereerde objecten ook een louter decoratieve functie kunnen vervullen. Deze trend heeft een weerslag op hedendaagse restauratieprojecten, zoals Sam en Louise beschrijven: "metalen met een rijk patina, stenen met een dikke moslaag, verweerde verf op deuren is er altijd al geweest, maar misschien niet zo veel als nu. We hebben ons aangepast aan de trends en hebben veel van onze restauratietechnieken veranderd om oude verf en patina te behouden in plaats van materialen tot glanzen toe te polijsten en poetsen."

Fysieke ervaringen, in tegenstelling tot die via een scherm, prikkelen alle zintuigen. Rebekah Matheny vroeg zich af of ons zintuiglijke geheugen niet in het gedrang komt als we ons vooral op foto's richten in plaats van ons onder te dompelen in het moment zelf. [11] Men kan het uiterlijk misschien nabootsen, maar authentieke materialen kan je enkel voelen.



*Hier verlaten. Deur van
The Architectural Forum,
lid van Salvo Code*

Een onderzoek naar hergebruik en storytelling in retail

De toenemende aandacht voor de ecologische voetafdruk van de mode-industrie heeft meer bedrijven aangezet om zich in te spannen voor een duurzame en klimaatneutrale toekomst. Het is vandaag een belangrijk onderdeel geworden van de 'corporate identity' van bedrijven, waardoor het steeds belangrijker is werkelijk ecologische ambities te onderscheiden van zogenaamde 'greenwashing'. Merken kunnen zich als klimaatneutraal profileren door te betalen voor koolstofopslag, soms aan de andere kant van de wereld, om hun eigen uitstoot te compenseren. Door gebruik te maken van hergebruikmaterialen in interieurs kan de modesector voor de eigen deur vegen door grote hoeveelheden 'embodied energy' te besparen in hun eigen winkels.

Op de volgende pagina's tonen we enkele modebestemmingen in Londen die hergebruik in hun designfilosofie hebben opgenomen. Er is ongetwijfeld een hiërarchie in terug te vinden, gaande van 'hergebruik' van antieke gerecupereerde materialen met een hoge historische en ecologische waarde, tot innovatieve materialen op basis van gerecycled afval en overschotten die dus technisch gezien niet hergebruikt worden, maar slechts gebruik maken van het overtollige aanbod. Alle voorbeelden dienen echter om te laten zien dat dit een ontwerpethos is en niet enkel een look. Ongeacht de stijl is er altijd de mogelijkheid om te hergebruiken en een retailomgeving met een lange levensduur te creëren.

Gerecupereerde Luxe *Gabriela Hearst, eerste internationale flagship store, Londen*

Gabriela Hearst kondigde aan dat ze voor haar voorjaarscollectie 2020 de eerste klimaatneutrale modeshow zou organiseren en het Londense gebouw dat voor de internationale 'flagshipstore' van het merk werd gekozen, zegt veel over haar ethos. Het pand, ontworpen door Robert William Edis in Queen Anne neostijl, bestaat uit warm geel metselwerk en rood lijstwerk in vuurklei. Edis was van mening dat interieurs de fysieke gezondheid en het welzijn moeten bevorderen. Het nieuwe interieur vertoont natuurlijke materialen en vermijdt het gebruik van schadelijke chemicaliën.

De winkel, een samenwerking tussen Gabriela Hearst en architect Lord Norman Foster, is voorzien van hergebruikte materialen die haar toewijding aan milieubewust ontwerpen bewijst.

“De twee belangrijkste aanwijzingen die ik Foster + Partners gaf, waren dat het in de eerste plaats de meest duurzame winkel ooit moest zijn en dat het geen revolutie maar een evolutie moest zijn van de winkel in New York.”
Gabriela Hearst [13]

Bij binnenkomst worden klanten begroet door een parketvloer met visgraatmotief, gerecupereerd uit de Copthorne-kazerne in Shropshire. Het gebruik van materialen die gerecupereerd werden in het land waar de nieuwe winkel zijn deuren opent, is een goede manier om het merk te introduceren en te integreren in de lokale atmosfeer.

“Gabriela wilde dat we een winkel creëerden met een duurzame aanpak, gekoppeld aan haar merk. Materieel en operationeel steunt de Londense winkel op een gelijkaardige duurzame ethos en bekommernis voor het milieu”
Russell Hales, Senior Partner, Foster + Partners

Net als het merk zelf is ook de winkel luxueus, tijdloos en comfortabel. "De binnenruimtes zijn zo ontworpen dat ze naadloos op elkaar aansluiten, wat een ontspannen ervaring voor de klanten oplevert", voegt Russell eraan toe. Op maat gemaakte meubelen, van een Londense plataan die door een storm in Lincoln is omvergewaaid, creëren een warm gevoel. Het ontwerp bevat plantaardig geloid leer en soortgelijke tinten als in de New Yorkse winkel, maar is versierd met lokale stukken antiek, zoals de porseleinen soldaten die de link leggen naar de militaire afkomst van de vloeren. Het is duidelijk dat het hier om meer gaat dan louter opslag, maar om een nieuwe plek waar klanten het merk kunnen ontdekken en ervaren.



Gabriela Hearst interieur met teruggewonnen eikenhouten parketvloer.

Beeld: Cunningham Captures



Armaturen en meubilair van Londense plataan ontworpen door de praktijk, in samenwerking met het Britse bedrijf Benchmark.

Beeld: Cunningham Captures



Buitenkant van het 19^e-eeuwse Queen Anne gebouw in neostijl.

Beeld: Cunningham Captures



Lokale stukken antiek kleden de winkel aan.

Beeld: Cunningham Captures

Duurzaam toevluchtsoord Stella McCartney, internationale Flagshipstore in de Londense Old Bond Street

Stella McCartney zet zich in voor een 'cruelty-free' design en het modehuis focuste recent op het verbeteren van zijn impact op het klimaat. In het Verenigd Koninkrijk maken alle kantoren, studio's en winkels van Stella McCartney gebruik van windenergie.

“*"Duurzaamheid is een groot deel van wat we als merk doen en dus ook een groot deel van deze winkel."*
Stella McCartney [14]

Het interieur is ontworpen door Stella en haar team en bevat herkenbare hergebruikte materialen zoals sokkels gemaakt van palen uit de lagune van Venetië. Ze kregen gezelschap van minder voor de hand liggende voorbeelden van hergebruik, zoals de lift van het gebouw die bekleed is met roze imitatiebont dat gerecupereerd werd uit een eerdere collectie. Net zoals de collecties van het merk gericht zijn op innovatie in het ontdekken van nieuwe ecologische processen, stelt de winkel experimentele materialen tentoon zoals de papier-maché wandpanelen gemaakt van papierafval uit kantoren.

Wie zegt dat winkelen slecht voor je is?

Een overdekte rotstuintuin met stenen van de McCartney boerderij in Schotland is het eerste element dat klanten zien als ze door de oorspronkelijke Edwardiaanse hal



*Wandpanelen gemaakt van van afval.
Beeld: Hufton + Crow*

*Stella McCartney interieur met teruggewonnen sokkels
Beeld: Hufton + Crow*



De rotsen binnenbrengen.

Beeld: Hufton + Crow

naar binnen lopen. Het ontwerp houdt rekening met het welzijn van de bezoekers door de integratie van mos en beplanting uit het recyclageprogramma van Wayward en een luchtzuiveringssysteem die 95% van de luchtverontreinigende stoffen verwijdert. De multisensoriële ervaring gaat verder met persoonlijke klanken: in de paskamers zijn opnames te zien van de meditatieleraar van de ontwerpster, en door een teruggewonnen houten luidsprekerinstallatie in worden platen uit Stella's persoonlijke collectie afgespeeld.

“ *Wat ik wilde doen was mensen van de straat halen, weg van de drukte van de stad, proberen mijn armen om hen te heen slaan en hen te omhelzen. Ik wil echt de ervaring brengen van alles wat we bij Stella McCartney hebben, mensen binnenhalen en een relatie aangaan met de consument, met een mens. De ervaring draait rond een moment van pauze en bezinning.*”
Stella McCartney [15]

Hergebruiken en heruitvinden *Coal Drops Yard, Kings Cross London*

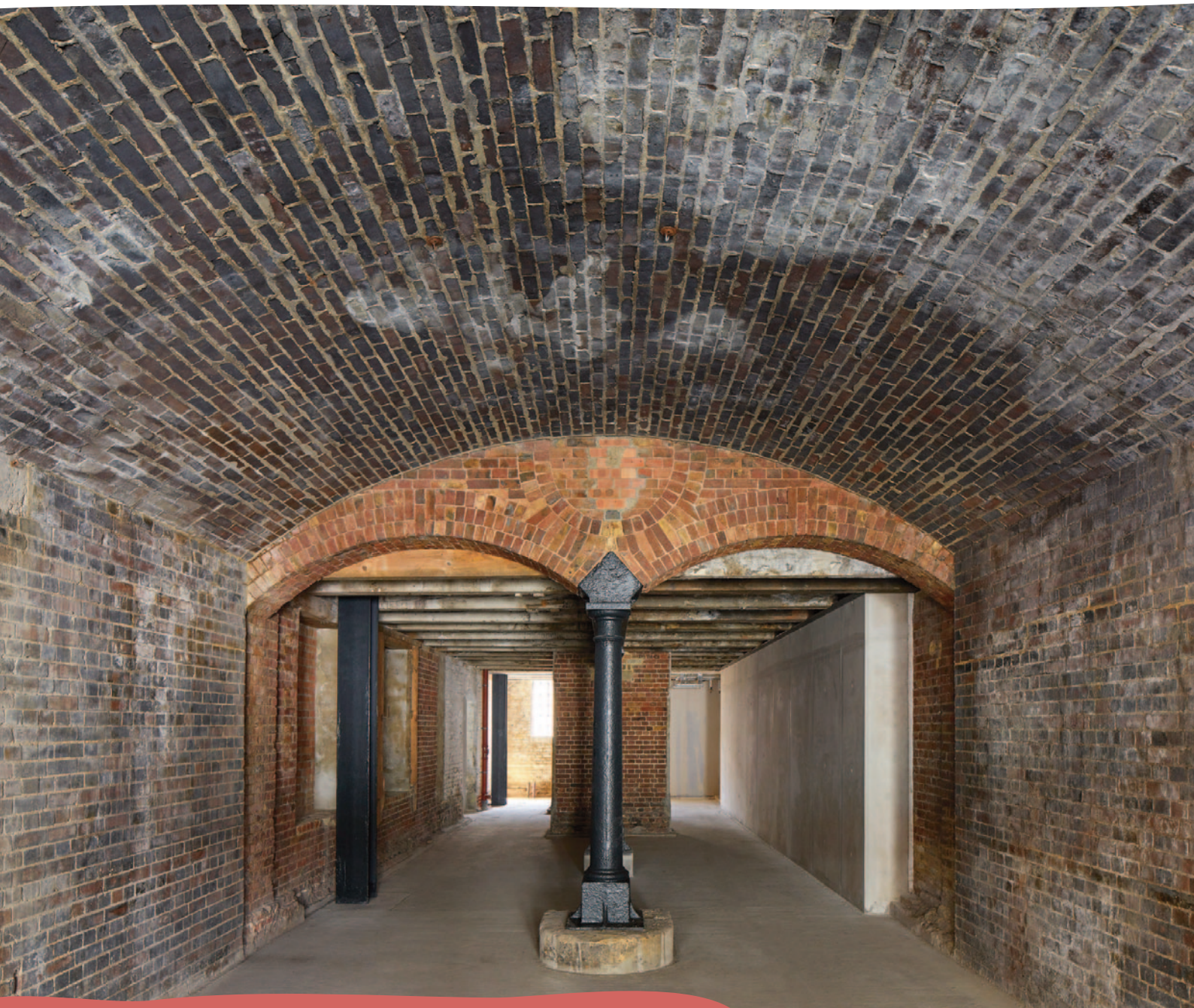
De winkelwijk ontleent zijn naam aan een verleden als goederenstation tijdens de industriële revolutie, waar steenkool vanuit het noorden van Engeland Londen binnenkwam. Sinds de bouw in 1850 heeft het zich aangepast aan verschillende doeleinden, van kolen tot uitgaansgelegenheid voor de 'jeugd, voordat het eind jaren negentig buiten gebruik raakte. Het authentieke industriële karakter van de site trok destijds al modehuis Alexander McQueen aan om er een show te organiseren en zo de traditionele catwalk te vervangen door oude keien en kasseien.

Het ontwerp van Heatherwick Studio voor de nieuwe winkel- en restaurantwijk die in 2018 werd geopend, bestaat deels uit restauratie en deels uit transformatie. De projectleider van Heatherwick Studio, Tamsin Green, die in 2014 door projectontwikkelaar Argent werd aangesteld, beschrijft dat er doorheen de hele ontwikkeling "een brede steun was voor de recuperatie- en stockagestrategie". Veel van wat gerecupereerd werd is hergebruikt, vaak op de site zelf."

Hergebruik in situ vermindert de kans dat materialen bij het afval belanden en respecteert de functies die deze materialen ter plaatse hebben vervuld. Het hergebruik van materialen is ecologisch dan het maken van nieuwe materialen, waardoor Coal Drops Yard zich onderscheidt van de traditionele winkelcentra.

Bakstenen bogen bij Coal Drops Yard

Beeld: Hufton + Crow



“We waren onder de indruk van de verbluffende Victoriaanse kwaliteiten van zowel de pakhuizen als de kasseien op de terreinen en instinctief wisten we dat we het historische karakter moesten behouden... Door ons terughoudend op te stellen, en enkel waar nodig nieuwe materialen toe te voegen, bleven die in hetzelfde stijlenpalet van het verouderde smeedwerk, de vuile bakstenen, de houten panelen en de kasseien.”
Tamsin Green, Projectleider Heatherwick Studio

De bakstenen bogen werden gerestaureerd met 300.000 Imperial bakstenen, waarvan er 250.000 op de site zelf werden gerecupereerd. Een groot deel van de oorspronkelijke houten en gietijzeren structuur van de depotgebouwen is ook behouden en gerestaureerd. Tamsin legt uit: "De winkelstraat verkeert al geruime tijd in een crisis en onze klant, Argent, begreep dat om te overleven, elke nieuwe winkelruimte iets interessants en bijzonder moest bieden in een poging om duurzamer te zijn naar de toekomst."



Coal Drops Yard
Beeld: Hufton + Crow

De Kus
Beeld: Hufton + Crow



Nieuwe bestemmingen voor afdankers

Boutique by Shelter, vlaggenschipwinkel in Coal Drops Yard, Kings Cross London

Coal Drops Yard breekt met traditionele winkelcentra door een mix van gevestigde en opkomende merken. Centraal in deze fusie stond een kringloopwinkel, een vaste waarde in elke winkelstraat, maar in het bijzonder tijdens de huidige opleving van de tweedehands modemarkt. In tegenstelling tot de rest van de winkelstraat is de omzet in de kringwinkels jaar na jaar gestegen [16]. Misschien als gevolg van de economische onzekerheid, maar er is ook een duidelijke attitudeverandering ten opzichte van tweedehandskledij. Klanten zijn veel beter geïnformeerd over de werkelijke kost van de mode, en over de milieuvoordelen van tweedehands.

Boutique by Shelter biedt klanten een doelgerichte selectie van gedoneerde kleding; vintage, designer en confectie. De opbrengsten van de boetiek gaan naar opvangorganisaties die miljoenen slecht gehuisveste mensen en daklozen helpen. Het interieur is gemaakt door Hemingway Design met overvloedige materialen uit de ontwikkeling van de Coal Drops Yard, waarbij elementen zoals stoeptegels hergebruikt werden om schoenen uit te stallen. De bakstenen en het pleisterwerk van het gebouw werden zichtbaar gemaakt om het industriële gevoel en verleden van het terrein in de verf te zetten.

De historische posters van Shelter versterken het onderliggende doel van de boetiek en het belang van een aankoop. De winkelinrichting stond op de longlist voor de 2019 Dezeen Awards en de verkoop heeft de verwachtingen overtroffen.

“ *"Het is een geweldige plek om tijd door te brengen en gezien te worden. De winkel heeft een effect op het hele netwerk, omdat we er gemakkelijk gesprekken starten over ons werk. Richard Hudson, Shelter Senior Marketing Manager [17]*



Boutique by Shelter interior

Beeld: French+Tye



De teksten op de muur die stellen dat een aankoop een doel dient

Beeld: French+Tye



Opnieuw bruikbaar gemaakte overtollige materialen.

Beeld: French+Tye

De oprichter van de ontwerpstudio, Wayne Hemingway, is niet onbekend met de kwaliteiten van hergebruik en begon meer dan 40 jaar geleden met het verkopen van tweedehandskleding op Camden Market, voordat hij samen met zijn vrouw Geraldine het label Red or Dead lanceerde. Ze ontwierpen Red or Dead-winkels met recuup materialen.

“We wilden laten zien dat bewust winkelen kan gaan over het kopen van gebruikte goederen in de winkel, tot het toepassen van ongebruikte goederen in de bouw van de winkel zelf HemingwayDesign [17]

Solidarité Feminine

Bella Freud, Chiltern Street, Londres

Met de stroomversnelling in de e-commerce gaat de high fashion retail verder in de richting van een galerie-achtige ervaring. Het is dus niet verwonderlijk dat Bella Freud voor een voormalige galerie koos om haar eerste winkel te openen. Bella werkte samen met architect Maria Speake van Retrouvius.

“ *"Ik wilde een intieme winkelervaring creëren waarbij je het gevoel hebt binnen te wandelen in het appartement van een vriendin voor een kopje thee en te vertrekken met haar favoriete trui."*
Bella Freud [18]



Portret van Bella Freud en Maria Speake
in de winkel van Chiltern Street

Beeld: Tim Fallon

Het architectenbureau Retrouvius werd opgericht door Adam Hills en Maria Speake nadat ze elkaar ontmoetten op de Glasgow School of Art waar ze beiden architectuur studeerden aan de Mackintosh School. Door Glasgow door het 'oog van een vreemde' te zien, ontdekte ze de waarde van de stad en de beloften die ze inhield. Een eerste recuperatieproject van de Townhead-bibliotheek, die was vernield en overgelaten aan de elementen, illustreerde de scheepsladingen aan tropisch hardhout die de stad ooit binnenstroomden, en redde een hoop objecten, zoals teakhouten lessenaars.

De bijzondere kwaliteit en verscheidenheid aan materialen die bij het afval belanden, inspireerden de oprichting van Retrouvius.

“ *"Getuige zijn van de sloop en de hypocrisie en waanzin van het studeren van architectuur (die leert bouwen) en het vermeende lineaire proces dat eindigt met schaamteloze afbraak. Bij die vroege sloopwerken in Glasgow waren we tegelijk getuige van een buitengewone verspilling van materialen en van minachting voor het vakmanschap."*
Maria Speake

Zoals bij veel ontdekkingen van recuperatiemogelijkheden, kwam Bella Freud slechts toevallig bij Retrouvius terecht. Hun eerste project was het renoveren van haar Victoriaanse huis. Toevallig was Bella's bestaande schoorsteenmantel gemaakt van dezelfde zeldzame steen die Adam net had gereed van het Heathrow Terminal II-gebouw van Frederick Gibberd. "We hebben deze steen hergebruikt, naast gerecupereerd tropisch hardhout, gelakte deuren en lambriseringen van esdoornhout. Al deze materialen vonden weerklank bij Bella en hebben sindsdien hun weg gevonden naar alle projecten waar we met haar aan gewerkt hebben. Ze zijn deel geworden van haar visuele wereld."

Retrouvius ontwerpt vanuit de materialen en creëert er ruimte rond in plaats van te zoeken naar geschikte materialen of ze passend te maken. De juiste terugwinning integreert zich op natuurlijke wijze in Bella's gebouwen en locaties en verbindt klanten met de tijdperken die haar beïnvloeden.

Retrouvius is gepassioneerd door het behoud van de herbruikbaarheid van materialen. Dat gaat van teruggewonnen stenen vloeren tot terrazzo zuilen uit een warenhuis in Liverpool. Maria zegt: "Het stigma dat

hergebruik ingewikkeld is, klopt niet - het is een verwarde en verkeerde aanname. Hergebruik moet eenvoudig zijn en hoeft niet verborgen te worden door middel van ingewikkelde processen of behandelingen. Schroeven of bouten gebruiken om panelen te monteren is kostenefficiënter dan complexe verborgen verbindingen of verlijmen."

Retrouvius heeft een reputatie opgebouwd voor het echte werk, door gewilde materialen te recupereren, maar ook door met hun oog voor kwaliteitsvolle recuperatie een commerciële vraag te creëren. Het resultaat zijn eerlijke ruimtes zoals deze, die de wereld van Bella uitdragen.

“*"We hopen dat alle menselijke omgevingen, inclusief de modewereld, gerecupereerde materialen zullen gebruiken en zo de waarde van textuur en tijd begrijpen die niet alleen een emotionele kracht, maar ook een mentaliteitsverandering met zich meebrengen."*

Maria Speake



Bella Freud interieur

Beeld: Tim Fallon

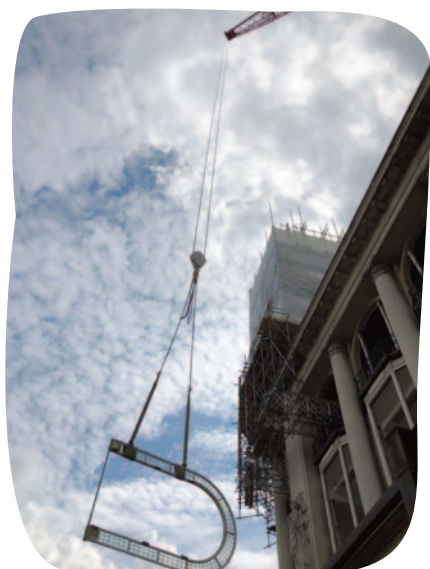


Geribbelde terrazzo-zuilen teruggewonnen uit het warenhuis van Lewis

Beeld: Tim Fallon

Hergebruik in actie door Salvo Code-lid Retrouvius

Beeld: Retrouvius



Terugwinning

Beeld: Retrouvius

Conclusie

Deze casestudies en de inzichten van handelaars, architecten en ontwerpers tonen aan dat hergebruik, ondanks de aantrekkelijke esthetiek, ook om een dieper ethos gaat dat de zintuiglijke perceptie van gerecupereerde materialen in winkelomgevingen aanvult.

Een groeiend milieubewustzijn heeft zich snel vertaald in een beweging rond 'schone cosmetica' die het gebruik van natuurlijke ingrediënten in producten voor onze huid promoot. We kunnen alleen maar hopen dat hetzelfde bewustzijn groeit rond de producten in onze tweede huid, namelijk de materialen waarmee we onszelf en onze interieurs aankleden.



*Detail van een antieke schoorsteenmantel,
van Salvo Code-lid, Nicholas Gifford-Mead*

Referenties

- 1 – *Salvo BigREc Survey*, supervised by the BRE, 1998
- 2 – Brilliant, R ; Kinney, D, *Reuse Value. Spolia and Appropriation in Art and Architecture from Constantine to Sherrie Levine*. page 2, [2011]
- 3 – Schofield, R & Tavernor, R, (Eds.) *Vitruvius, On Architecture*. London. Penguin Classics, [2009]
- 4 – Fieldson, R ; Rai, D. *An assessment of carbon emissions from retail fit-out in the United Kingdom*. Journal of Retail & Leisure Property 8, 243–258 [2009]. <https://doi.org/10.1057/rlp.2009.16>
- 5 – McKinsey & Company COVID-19 Apparel & Fashion survey, <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Retail/Our%20Insights/Its%20time%20to%20rewire%20the%20fashion%20system%20State%20of%20Fashion%20coronavirus%20update/The-State-of-Fashion-2020-Coronavirus-Update-final.pdf> [March, 2020]
- 6 – Kay, T: Wood buildings in Britain. *Salvo magazine* [1997], issue 35, 7-17
- 7 – Burberry ends practise of destroying unsaleable products, <https://www.burberryplc.com/en/news/news/corporate/2018/burberry-ends-practice-of-destroying-unsaleable-products.html> [6 September, 2018]
- 8 – Diamond, J: *Rubble worth all the trouble*. The Sunday Times Magazine [31 January 1988] page 30
- 9 – Veblen, T: *The Theory of the Leisure Class*, Dover Publications Inc.; New edition [Aug, 1994]
- 10 – Matheny, R. *Reclaimed Wood in Retail Environments: Creating an Emotional Connection for Product Longevity*. PLATE conference, Nottingham Trent University [2015] <https://www.plateconference.org/reclaimed-wood-retail-environments-creating-emotional-connection-product-longevity/>
- 11 – Matheny, R: TEDx talk “*Creating Meaningful Memories Through Sensory Experiences*” 2016, The Ohio State University.
- 12 – Matheny, R. *The Role of the Physical Store Experience in Communicating Brand Ethics*. In: Paulins, V.A ; Hillery J. *Ethics in the Fashion Industry*, 2nd Edition, USA, Fairchild Books, 2020
- 13 – Gabriela Hearst: *An Inside look at our London Store*. <https://www.gabrielahearst.com/blogs/stories/an-inside-look-at-our-london-store> [August, 2020]
- 14 – Stella McCartney: *Discover 23 Old Bond Street*. <https://www.stellamccartney.com/experience/en/discover-23-old-bond-street/> [August, 2020]
- 15 – Samantha Conti: *Stella's Stone Age: McCartney Brings the Outdoors In on Bond Street*. <https://wwd.com/business-news/retail/stellas-stone-age-mccartney-brings-the-outdoors-in-on-bond-street-1202703864/> [August, 2020]
- 16 – Melanie, M: *Charity shop sales show year-on-year growth for Q4 2019*. <https://fundraising.co.uk/2020/03/05/charity-shop-sales-show-year-on-year-growth-for-q4-2019/> [September, 2020]
- 17 – HemingwayDesign: *Boutique by Shelter - Coal Drop's, King's Cross*. <https://www.hemingwaydesign.co.uk/boutique-shelter-coal-drops-kings-cross/> [September, 2020]
- 18 – Bella Freud: *Chiltern Street*. <https://bellafreud.com/store> [September, 2020]

AUTEURS

Sara Morel en **Becky Moles for** voor Salvo (Verenigd Koninkrijk)

MET DANK AAN DE VOLGENDE MEDEWERKERS VOOR HET DELEN VAN HUN VERHALEN, FOTO'S EN PROJECTEN

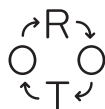
6a architects, Adrian Amos, Andy Thornton, Ashwells Reclaimed Timber, Bella Freud, Boutique by Shelter, Foster + Partners, Gabriela Hearst, Glyn Davies, Heatherwick Studio, Hemingway Design, Ivan Speight, Johan Dehlin, Metroretro, Mongers Architectural Salvage, Nicholas Gifford-Mead, Rebekah Matheny, Retrouvius, Stella McCartney, Thornton Kay, Tim Fallon, Tim Kent

DANK AAN

Petra Ronda van Confederatie Bouw (België) en Tom Schoonjans van Rotor (België) voor hun werk aan de Nederlandse versie

Interreg 
North-West Europe
FCRBE

PARTNERS



MEDEFINANCIERS

